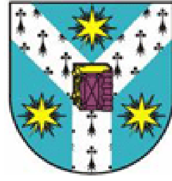
UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA”, IAŞI



FACULTATEA DE ECONOMIE ŞI ADMINISTRAREA AFACERILOR



Analiza sistemelor informaţionale

-studiu de caz: RomEst Gealan-

Cuprins

I.<u>Identificarea proiectului</u>

I.1. Misiune,obiectivele si strategia organizationala

I.1.1.Misiunea firmei

Misiunea RomEst Gealan este aceea de a îmbunătăţi calitativ viaţa oamenilor prin introducerea de inovaţii tehnologice folositoare. Într-o lume în care confortul influenţează fiecare aspect al vieţii noastre, RomEst Gealan vrea să ofere servicii de vârf în toate domeniul tamplariei din aluminiu,încântându-şi clienţii cu produse şi servicii care să le depăşească aşteptările.

RomEst Gealan doreşte să fie un partener responsabil în societate, acţionând cu integritate pentru acţionari, clienţi, angajaţi, furnizori şi partenerii de afaceri, concurenţă, Guvern şi agenţiile sale şi alte persoane care pot fi afectate de activitatea sa.

Rom-Est Gealan vrea să îmbunătăţească viaţa oamenilor. Ţelul firmei este să încânte constant fiecare client. RomEst Gealan vrea să menţină un dialog continuu cu clienţii săi, ascultându-i şi învăţând de la ei, totul din dorinţa de a crea soluţiile pe care le doresc şi de care au nevoie.

I.1.2.Obiectivele firmei

Obiectivul declarat al firmei este acela de a-şi întări poziţia pe piaţa din municipiul Iaşi.Totodată,se urmăreste câştigarea unui număr cât mai mare de clienţi din zona Moldovei.

Pe anul 2005 obiectivul firmei este acela de a-şi consolida poziţia pe piaţă,de a se situa deasupra concurenţilor.Se urmăreste introducerea de noi tehnologii care să vină în sprijinul confortului clienţilor,oferindu-le produse de cea mai înaltă calitate.

Sunt abordabile o serie de metode ce ating standardele internaţionale care odată implementate reuşesc să satisfacă şi cele mai pretenţioase gusturi.

I.1.3.Strategia firmei

Se urmăreste dezvoltarea de noi produse, schimbarea unora dintre elementele mix-ului de produse existent (design, funcţionalitate), menţinerea unor preţuri la nivelul pieţei, reducerea altora (pentru comenzi mari, plăţile cash, fidelitate) prin creşterea investiţiile în marketing . Cât priveşte strategia de distribuţie, se va merge pe acelaşi lanţ de distribuţie (producător-client).

Se doreşte dezvoltarea de noi produse, fie individual, fie prin contractarea unor activităţi de cercetare şi dezvoltare cu partenerii din domeniu. Se propune ca puncte de pornire pentru dezvoltarea noilor produse orientarea spre tehnologie (actuale şi viitoare), focalizându-se asupra clienţilor cunoscuţi şi asupra cerinţelor lor, dar şi atragerea de noi clienţi.

Printr-o strategie de creştere, se urmareste extindere volumului de activitate. Se doreste pătrunderea pe noi pieţe, construirea de noi filiale şi abordarea unor domenii noi prin dezvoltarea unor noi posibilităţi de utilizare a produselor existente. Se urmareste introducerea de noi design-uri pe pieţele deja existente, la preţuri competitive şi la calitatea tradiţională.

I.1.4.Cultura organizaţională

Cultura organizationala reflecta mix-ul personalitatilor si stilurilor de conducere, a tendintelor dominante de gandire ce-si pune amprenta asupra modurilor in care se vor realize lucrurile intr-o organizatie.

Firma ROMEST-GEALAN S.R.L are ca slogan “Calitate inainte de toate” .

Societatea ROMEST-GEALAN S.R.L. are ca simbol o reprezentare grafica a unei usi de termopan intre-deschise ce reprezinta pentru organizatie calea spre dezvoltare, spre noi idealuri si infaptuirea visurilor fiecarui angajat si client.

La sfarsitul fiecarui an firma realizeaza diferite training-uri pentru personalul din cadrul firmei ce doreste sa promoveze si prime pentru personalul s-a impus de-a lungul anului .

I.2.Descrierea organizarii societatii

I.2.1.Tipul de structură organizatorică

Societatea are sediu în Iaşi, şoseaua Iaşi-Tomeşti kilometru 1.Societatea RomEst-Gealan este societate cu răspundere limitată ce a luat fiinţă în anul 1997, iar în afară de sediul său mai are şi doua sucursale: în strada Sfântul Lazăr nr.38, bl B1, Podu Roş, tel 278805 şi în str. Păcurari, nr.18, bl. 556, tel 234330.

În identificarea şi caracterizarea structurilor existente, în practică pot fi utilizate diferite criterii de clasificare.Din punct de vedere al funcţionalităţii pot exista structura clasică, structura comportamentală .

Structura clasică este caracterizata prin stilul de comandă de tip *military*, o ierarhie stricta, roluri si responsabilitati clar definite pentru fiecare poziţie, proceduri şi relaţii formale, precum şi aplicarea strictă a principiului unitatii de comanda , conform caruia o persoană are un singur superior de care raspunde.

Structura comportamentală este orientată spre responsabilitatea personală şi participare în adoptarea deciziilor , tinzând să stimuleze creativitatea şi orientarea spre indeplinirea obiectivelor organizationale.

Adoptarea unei astfel de structuri porneşte de la idea că nu există o singura structura corecta şi organizatia trebuie să-şi adapteze structura în funcţie de condiţii şi circumstanţe.

O altă modalitate de clasificare a structurilor organizationale este reprezentată de criteriul de departamentare şi de individualizare a posturilor manageriale aflate în subordinea directă a şefului executiv .

Din acest punct de vedere , dincolo de “structura simpla” care este tipica firmelor noi, de mici dimensiuni , pot exista: structura functionala, geografica, pe unitati descentralizate de profit , pe unitati strategice de profit, matriceala.

Rom-Est Gealan prezintă o structura de tip departamental.

I.2.2.Istoricul firmei

Societatea RomEst-Gealan a luat fiinţă în anul 1994. S.C.RomEst-Gealan se adreseaza atât persoanelor fizice cât şi persoanelor juridice oferind

produse de calitate şi de uz îndelungat la preţuri avantajoase. Este o societate comercială mixtă româno-germană cu activităţi de producţie şi comerciale în domeniul construcţiilor, a materialelor de constructie , a investiţiilor de orice fel.

Obiectul de activitate al firmei îl constitue importarea şi prelucrarea ulterioara a profilelor de PVC de tip GEALAN şi aluminiu ,fabricarea şi comercializarea profilelor în ţară şi străinătate; amenajări şi decoraţiuni interioare; afaceri imobiliare aprobate de lege; servivii de transport produse în România şi străinătate.

Acasta firmă are o cifra de afaceri destul de ridicată în jurul a 15 milioane de euro pe an. Datorita performanţelor obţinute anul trecut şi anul curent,firma a reuşit să se impună pe piaţă iar pana la data de 11 iulie 2004 a finalizat incheierea contractului cu nr. 1000.

Datorita faptului că firma are un sistem de rate facil multe personae apelează la serviciile ei. Venitul realizat anul trecut este de 15 milioane euro iar cheltuielele cu materiile prime, materialele, transport, montare nu au depăşit 5 milioane euro. Din aceasta observăm că firma a realizat un profit în jur de 10 milioane euro

I.2.3.Analiza activităţii firmei

Finalitatea activităţii firmei se concretizează în oferirea clienţilor a acelor produse de care au nevoie.

În relaţiile cu *clienţii*,RomEst Gealan acţionează cu intregritate.Clienţii firmei se împart în două categorii:interni şi externi.

Furnizorii firmei sunt atât din exterior cât şi din interiorul ţării.Aşa cum am spus mai sus obiectul de activitate îl constitue importarea şi prelucrarea ulterioara a profilelor de PVC de tip GEALAN şi aluminiu.Principalii furnizori sunt din Germania,având în vedere faptul că firma este cu capital româno-german.

Furnizorii interni îi completează pe cei externi,furnizând firmei sticlă,echipamente de lucru,aparatura de birotică,şi alte echipamente necesare desfaşurării in condiţii cât mai bune a obiectului de activitate.

La baza relaţiilor cu furnizorii stau nişte angajamente bine asumate şi contracte semnate.

Cât priveşte *barierile de intrare pe piaţă* ,acestea sunt inexistente pe piaţa locală.Acest lucru se datorează faptului că firma a ştiut să-şi

consolideze poziţia de la an la an.Vechimea incontestabilă pe care o are face ca RomEst Gealan să fie lider de piaţa în municipiul Iaşi.

Concurenţa există.Principalul concurent Îl reprezintă Melcret.Ceilalţi concurenţi sunt:According Group,EuroGlass,Alumil Rom IndustryAlovmar Group S.R.L.,Alcon Plus ş.a.

I.2.4.Funcţiile intreprinderii

Printre principalele funcţii ale societăţii RomEst Gealan se enumeră:

I.2.4.1. Funcţia financiar-contabilă

Are drept scop organizarea şi ţinerea evidenţei financiar contabilă a companiei potrivit legii contabilităţii şi finanţelor.Printre obiectivele fundamentale se pot enumera:

- Calcularea şi eliberarea drepturile salariale aferente personalului angajat în baza datelor furnizate de către compartimentul resurse umane;
- calculează şi virează obligaţiile bugetare şi achită obligaţiile faţă de furnizori, creditori;
- efectuează operaţiuni de plăţi întocmirea rapoartelor periodice;
- întocmeşte propunerile de plan pentru aprovizionare cu materii, materiale, mijloace fixe;
- efectuează aprovizionarea cu bunuri materiale, obiecte de inventar, aparatură, echipamente.

Funcţia se realizează în cadrul departamentului financiar contabil.În structura sa departamentul cuprinde:

- Biroul financiar-contabil propriu-zis;
- Casieria firmei;

I.2.4.2.Funcţia juridică

Asigură concordanţa dintre legislaţia naţională şi internaţională, analizând contractele existente între companie şi furnizori/clienţi şi le adaptează conform legislaţiei comerciale şi civile şi intereselor firmei.

Obiectivele funcţiei sunt:

- soluţionarea problemelor apărute în activitatea companiei din punct de vedere legal;

- analizează contractele de munca între companie şi angajati şi propune soluţii pentru buna desfăşurare a activităţii;
- reprezintă compania în instanţă în cazuri de litigii aflate în domeniul său de responsabilitate;
- consiliază managementul cu privire la corectitudinea şi modul de realizare a planurilor şi strategiei elaborate de acesta, din punct de vedere legal.

Funcţia este realizată de departamentul juridic.

I.2.4.3.Funcţia de producţie

Colaborează cu departamentul financiar-contabil pentru asigurarea materiilor prime necesare desfăşurării activităţii. Asigură instruirea angajaţilor în ceea ce priveşte protecţia muncii.

Obiectivul principal îl constitue asigurarea unui raport optim între resursele firmei si alocarea acestora.

I.2.4.4.Funcţia comercială

Această funcţie se află în strânsă legătură cu toate celelalte funcţii ale firmei.Scopul principal îl constitue desfacerea produselor,încasarea beneficiilor, achitarea obligaţiile la timp faţă de furnizori, creditori.

I.2.4.5.Funcţia de marketing

Această funcţie reuneşte proprietăţile caracteristice ale organizaţiei, elementele pe care aceasta le poate folosi pentru a influenţa cererea pentru produsul său în general, vânzările în mod special şi anume: produsul însuşi, nivelul preţului, activitatea promoţională şi distribuţia sau plasarea produsului.

Acest set de variabile controlabile de către organizaţie, cunoscut şi sub numele de cei “patru P” are rolul de a detalia strategiile de marketing şi de a influenţa piaţa în vederea asigurării eficienţei maxime.

Funcţia este realizată de departamentul de marketing.

I.2.4.6.Funcţia de resurse umane

Obiectivele principala ale acestei funcţii constă în:

- urmărirea atragerii celor mai potriviţi candidati pentru ocuparea unui anumit post, conform unor criterii specifice;
- reţinerea în organizaţie pe o perioada cât mai mare de timp ;
- instruirea şi formarea angajaţilor în vederea îmbunătăţirii continue a activităţii ;
- evaluarea angajaţilor în vederea promovării sau reorientării în interiorul organizaţiei ;
- stabilirea unor sisteme motivaţionale pentru angajaţi.

Această funcţie este realizată in cadrul departamentului de resurse umane.

I.2.4.7.Funcţia de planificare şi strategie

Constă în stabilirea obiectivelor, ţintelor către care va fi orientată activitatea în viitor, precum şi a modalităţilor - acţiunile, resursele necesare şi alocarea lor, implementarea - de a le realiza.

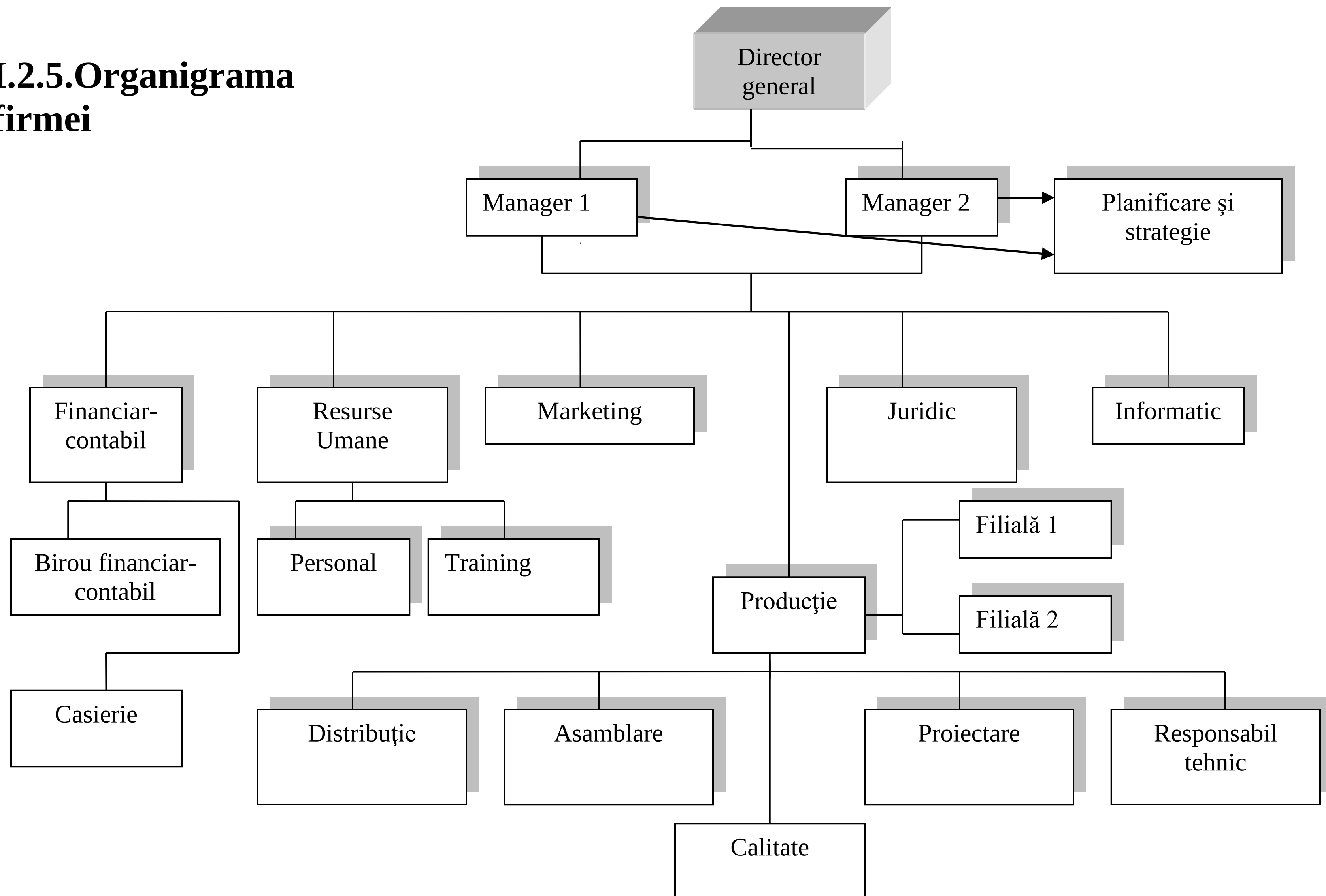
Managerii ar trebui să răspundă presiunilor curente exercitate fie din interior, dar mai ales de către componentele mediului extern asupra organizaţiei.

I.2.5.Organigrama firmei

La data înfiinţării, în 1997 societatea a avut în total 30 de angajaţi şi un manager. Datorită abilităţii extraordinare de conducere a acestuia şi a calităţii ireproşabile a produselor pe care le fabrică, firma a reusit ca în scurt timp să deschida doua noi sucursale.

S.C. ROMEST-GEALAN S.R.L. are ca director general pe Delescu Alexandru iar ca manageri pe Georgescu Vlad-Petru şi Dascălu Carmen. Datorită calificării superioare a celor doi manageri firma a reuşit să se impună pe piaţa naţională şi cea judeţeană.

I.2.5.Organigrama firmei



I.3.Prezentarea principalelor resurse informatice existente

Firma ROMEST-GEALAN S.R.L. are un sistem informational avansat fapt ce permite o mai bună gestiune a resurselor in interiorul organizaţiei.Sistemele informatice existente au rolul de a menţine o evidenţa cât mai exactă a tranzacţiilor în care este implicată firma.

În plus,personalul superior dispune de un abonament Zapp,aceştia fiind în permanentă legătură cu oamenii de pe teren,coordonând-ui în scopul de satisface comenzile într-un timp cât mai scurt.Rezultatul?Creşterea încrederii clienţilor in serviciile oferite.

În interiorul firmei,sistemele informatice sunt într-o conexiune permanentă,fapt ce duce la onorarea comenzii într-un timp cât mai scurt,eliminându-se astfel pierderea de timp.

In contabilitatea acestei firme se foloseste un program informatic avansat(va fi detaliat mai jos) ce permite introducerea datelor foarte usor in calculator. Acest program este folosit de personalul autorizat ce face lucrul mult mai uşor şi fără greşeli.

Prelucrările din sistemele informatice au loc pe bază de loturi,o dată pe lună.Aceasta deoarece firma oferă clienţilor un sistem de rata cu scadenţe lunare.

I.3.1.Resursele hardware

În contabilitatea firmei sunt înregistrate un număr de 14 calculatoare fiecare cu componentele hardware ţi software specifice departamentului în care sunt amplasate.

Cât priveşte configuraţia hardware,ea diferă de la un calculator la altul în funcţie de nivelul de conducere pe care se află persoanele abilitate să lucreze cu ele.Sunt prezente sisteme pentium II şi III,configuraţia fiind formată din Hdd 40 GB,memorie 128 RAM,video 64 MB,floppy,CD-rom,monitoare Liteon.

Printre resursele hardware se numără:

- ✓ imprimante;
- ✓ fotocopiatoare;
- ✓ scanere(pentru schiţe)
- ✓ Monitoare(15”,17”)

- ✓ LCD-uri (pentru nivelurile de conducere superioare,respective,director,manageri)
- ✓ Laptop-uri;
- ✓ Switch.

I.3.2.Resursele software

Cât priveşte resursele software utilizate,trebuie menţionat că firma deţine licenţă pentru toate programele.Soft-urile înregistrate ţn contabilitate sunt:

- ✓ Windows XP home edition;
- ✓ Microsoft 200;
- ✓ WinArhi;
- ✓ Asibad;

I.3.3.Resursele umane specializate

În departamentul informatic există o singură persoană care se ocupă de întreţinerea calculatoarelor.

I.3.4.Aplicaţiile firmei

Aplicaţiile din interiorul firme sunt următoarele:

1)Aplicaţia ***Evidenţa vânzărilor***

Prin intermediul,acestei aplicaţii se urmăreşte înregistrarea emiterii şi încasărilor pe fiecare factură,pentru fiecare client.Totodată,permite întocnirea balanţei clienţilor,emiterea notei contabile zilnice pe conturi,arhivarea emiterilor,încasărilor fiecărei facturi.

2)Aplicaţia ***Asibad***

Ţine evidenţa financiar-contabilă a firmei.Principalele operaţiuni sunt:

- ➢ Asigură plata furnizorilor;
- ➢ Înregistreaza vânzările firmei pe baza facturilor emise clienţilor;
- ➢ Întocmeşte balanţele de verificare ţi celelalte documente financiare prevăzute de lege;
- ➢ Plata contribuţiilor;
- ➢ Calculează şi virează obligaţiile bugetare;
- ➢ Emite rapoarte cu situaţia financiară a firmei;

3)Aplicaţia ***Salarii***

Aplicatia Salarii este organizată pentru evidenţa personalului şi a salarizării, realizând şi transportul de la o luna la alta a evidenţei reţinerilor, deducerilor şi datoriilor pe care le au angajatii. Sunt reţinute: CNP, Numele şi prenumele, adresa, situaţia proprie şi a persoanelor în intreţinere, tip de venit, urmat de datele din contractul cu angajatorul cum sunt marca, functia, sectia, tip salariat (permanent, program redus, pensionar, asociat) norma (8,7,6 ore pe zi in functie de conditiile de munca), tip impozit, grupa de munca(I, II, III), salariul de baza, sporuri care fac parte din salariul de baza, data angajării, data încetării contractului de munca, salariul negociat, tipul salariatului, sporurile permanente, reţinerile permanente, data angăjarii, locul de munca, contul de card, etc.

4)Aplicaţia ***Rate*** :

- Monitorizează tranzacţiile în care este implicată firma cu partenerii săi,cu furnizorii,tranzacţii care se realizeaza prin intermediul conturilor bancare;
- Permite ţinerea unei evidenţe cât mai fidele a situaţiilor conturilor clienţilor care au optat pentru semnarea unui contract cu plata în rate;

5)Aplicaţia ***MateriiPrime***

Modulul de gestiune a materiilor prime este complet integrat cu modulul de facturare oferind în plus o gestiune completă şi performantă a stocurilor de materii prime, produse semi-finite si produse finite.

Prin intermediul, acestei aplicaţii se ţine o evidenţă cât mai clară a furnizorilor,a comenzilor efectuate,a livrărilor efectuate de către furinizori;în plus se mai pot obţine informaţii în legătură cu consumul de materii prime,se poate redacta balanţa stocurilor la o anumită dată,balanţa cantitativă a stocurilor.

6)Aplicaţia ***WinArhi***

Prin intermediul acestei aplicaţii firma realizează schiţele produselor livrate,se determină preţul,se listează oferta,se realizează lansarea în producţie.

I.4.Proiecte informatice în curs de realizare

Nu există proiecte în curs de realizare**.**

II.Iniţierea şi planificarea proiectului de dezvoltare

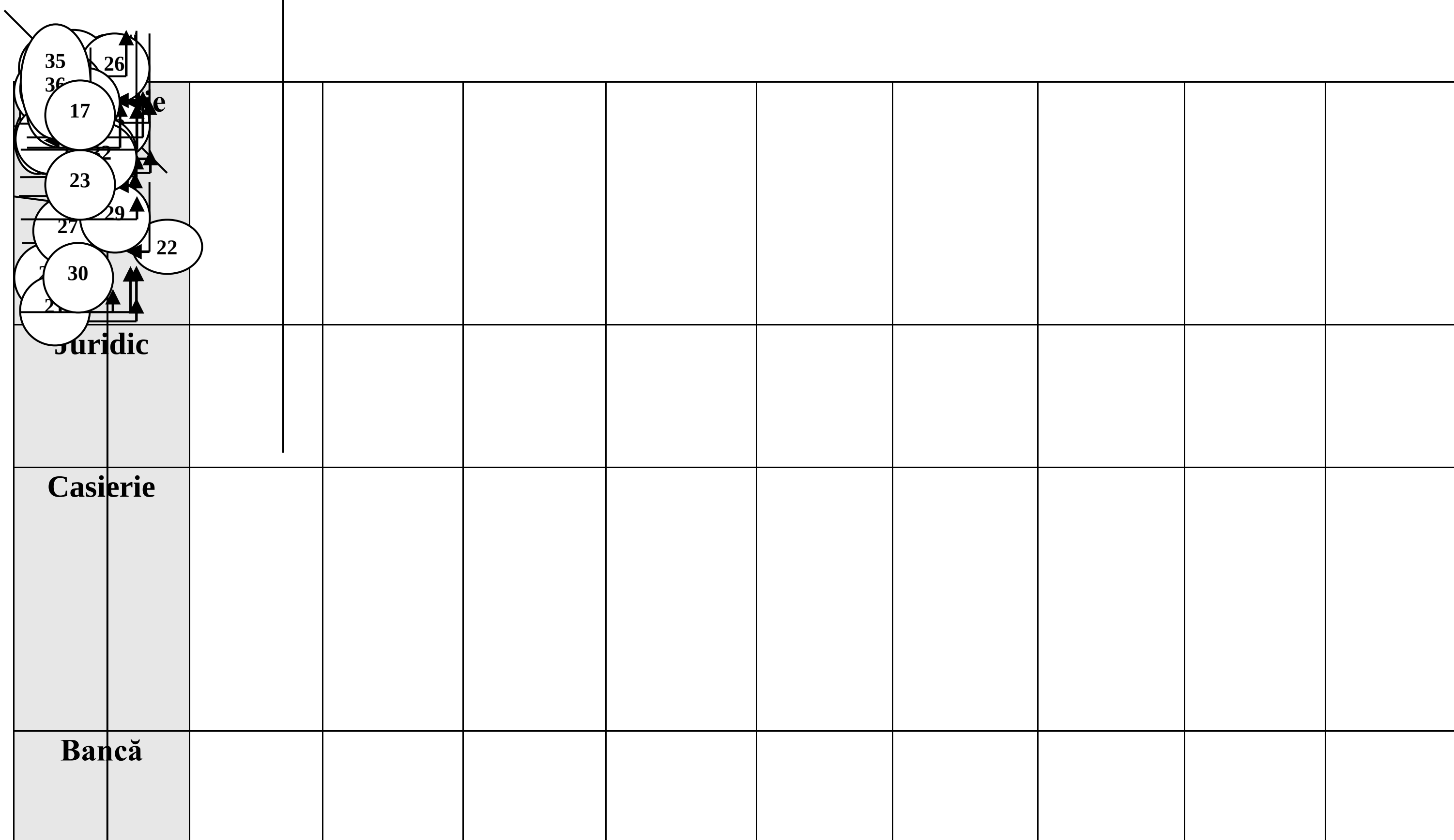
II.1.Identificarea principalelor sisteme

Sistemele informaţionale din cadrul firmei sunt următoarele:

- ✓ Sistem financiar contabil;
- ✓ Sistem juridic;
- ✓ Clienţi;
- ✓ Furnizori;
- ✓ Salarizare;
- ✓ Sistem de marketing;
- ✓ Producţie;
- ✓ Sistem de stocuri;
- ✓ Sistem de mijloace fixe;

II.1.1.Matricea sisteme informaţionale-componente organizatorice

Sistem informatic Comp. organizatorice	Sistem Fin-cont.	Sistemul Clienti	Sistemul Furnizori	Sistemul juridic	Sistemul Producţie	Sistemul Salarizare	Sistemul Marketing	Sistemul Mijl.fixe	Sistemul Stocuri
Conducere									
Financiar contabil									
Resurse umane									
Marketing									
Informatic									



Legendă:

1)facturarea produselor;

Sistem informatic Comp. organizatorice	Sistem Fin-cont.	Sistemul Clienti	Sistemul Furnizori	Sistemul juridic	Sistemul Producţie	Sistemul Salarizare	Sistemul Marketing	Sistemul Mijl.fixe	Sistemul Stocuri

Conducere									
Financiar contabil									
Resurse umane									
Marketing									
Informatic									
Producţie									

Juridic									
Casierie									
Bancă									

2)chitanţă;
3)raport privind vânzările;
4)raport privind situatia ratelor clienţilor;
5)raport privind situaţia firmei;
6)raport cu situaţia furnizorilor;

7)notă de intrare recepţie;
8)avizare contract cu furnizorii(este trimis spre semnare directorului);
9)contract cu furnizorii;
10)contracte de muncă;
11)ordin de plată;
12)fişa mijlocului fix;
13)bon de mişcare a mijloacelor fixe;
14)proces verbal de scoatere din funcţiune;
15)extras de cont;
16)informaţii clienţi;
17)ofertă de preţ;
18)NRCD
19)bon de consum;
20)fişă limită de consum;â
21)chitanţă pentru operaţii în valută;
22)proces verbal ;
23)aviz de însoţire a mărfii;
24)verificare contracte cu clienţi/furnizori
25)stat de salarii;
26)contribuţii sociale(CAS,şomaj etc.);
27)certificate medicale;
28)pontaje;
29)listă avans chenzinal;
30)schiţă ;
31)listă clienţi datornici;
32)raport cu profilul clienţilor;
33)pliante,oferte promoţionale.
34)planificare producţie
35)raport de gestiune zilnic;
36)raport de gestiune periodic;

Matricea sisteme informaţionale – procese/tranzacţii

Sist. Informaţionale / Procese/ tranzacţii	Sistem Fin-cont.	Sistemul Clienti	Sistemul Furnizori	Sistemul juridic	Sistemul Producţie	Sistemul Salarizare	Sistemul Marketing	Sistemul Mijl.fixe	Sistemul Stocuri
Aprovizionare materii prime			1						
Efectuare măsurători					4				
Generare comandă clienţi		2							
Construire schiţă					3				
Lansare ofertă de preţ					5				
Semnare contract		6							
Efectuarea plăţii	7								
Semanre proces verbal		8							
Semnare contract de garanţie	9								
Plata ratei lunare		10							

Verificare legalitate contracte				11					
Plata contribuţiilor	12								
calcul salariilor						13			
Efectuare inventar									14

Legendă

1)factură;
2)foaie măsurări;
3)schiţa comenzii;

4)schiţa;
5)oferta de preţ;
6)contract de furnizare;
7)contract de garanţie;
8)proces verbal;
9)contract de garanţie;
10)extras de cont;
11)contracte;
12)CAS,şomaj etc;
13)stat de plată,fişă pontaj,fluturaş etc;
14)listă inventar;

II.2. Descrierea ariei de întindere a sistemului ales

II.2.1.Componente organizatorice

Sistemul ales spre discuţie îl reprezintă *clienţii.*Componentele organizatorice care au responsasbilităţi în aceste sistem sunt:

1)Directorul general:
- ✓ Semnează contractele încheiate de firmă cu clienţii;
- ✓ Primeşte periodic rapoarte cu privire la volumul vânzărilor,situaţia conturilor clienţilor,situaţia ratelor;

2)Managerii:
- ✓ Redactează strategii ce privesc creşterea cifrei de afaceri,prin atragerea de noi clienţi;
- ✓ Primesc rapoarte despre situaţia firme,pe care ulterior le prezintă directorului general;

3)Departamentul juridic:
- ✓ Verifică solvabilitatea clientului;
- ✓ Analizează contractele existente între companie şi clienţi/furnizori şi le adaptează conform legislaţiei comerciale şi civile şi intereselor companiei ;
- ✓ Reprezintă compania în instanţă în cazuri de litigii aflate în domeniul său de responsabilitate ;

4)Departamentul de marketing :
- ✓ Identifică elementele pe care aceasta le poate folosi pentru a influenţa cererea pentru produsul său;
- ✓ Elaborează pliante,oferte care să vină în sprijinul clienţilor,să favorizeze luarea unei decizii cât mai bune;
- ✓ Primeşte periodic rapoarte cu privire la profilul clienţilor,sugestile lor cu rol în îmbunătăţirea produselor şi consolidarea locului pe piaţă;

5)Departamentul de producţie:
- ✓ Realizează măsurătorile produselor solicitate de client;
- ✓ Elaborează schiţa proiectului;
- ✓ Calculează preţul lucrării;
- ✓ Asigură dotarea permanentă cu materile şi materii prime;

6)Departamentul financiar-contabil:
- ✓ Ţine evidenţa financiar contabilă a companiei şi a clienţilor potrivit legii contabilităţii şi finanţelor;

- ✓ Efectuează aprovizionarea cu bunuri materiale, obiecte de inventar, aparatură, echipamente;
- ✓ Ţine evidenţa încasărilor de la clienţi pe baza facturilor emise;
- ✓ Intermediază contactul cu banca cu scopul de a avea o imagine cât mai fidelă cu privire la situaţia plăţii ratelor de cătrre clienti;
- ✓ Redactează rapoarte cu privire la situaţia clienţilor;

7)Departamentul informatic:

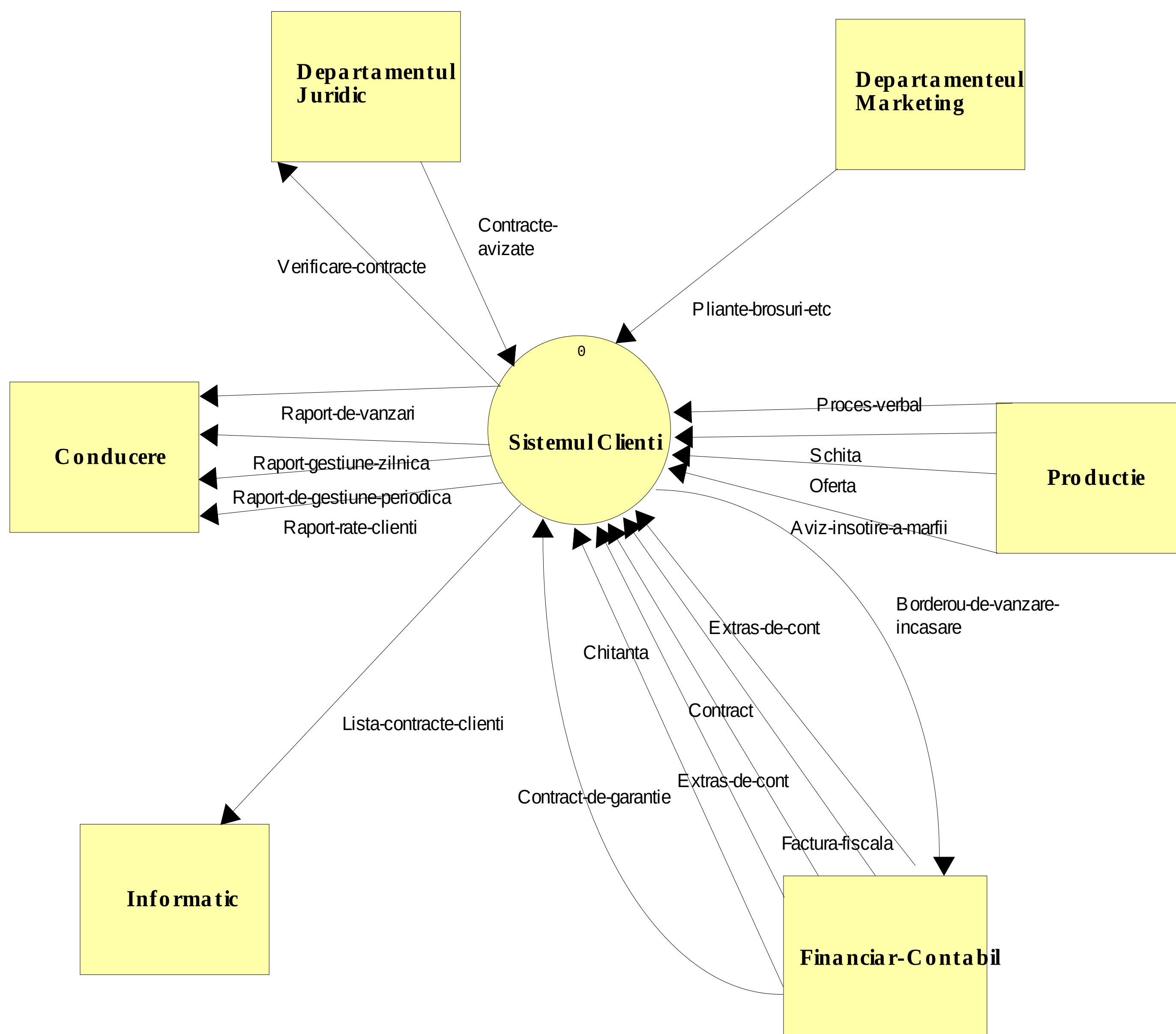
- ✓ Actualizează baza de date a clienţilor;

II.2.2.Clase şi operaţii economice reflectate în sistemul clienţilor

În sistemul clienţi au loc următoarele clase şi operaţii economice:

- ✓ înregistrarea comenzii făcută de client;
- ✓ efectuarea măsurătorilor de către echipa de proiectare;
- ✓ realizarea schiţei;
- ✓ semnarea contractului de vânzare-cumpărare;
- ✓ înregistrarea plăţii lucrării;
- ✓ efectuarea lucrării şi semnarea procesului-verbal de recepţie a lucrării;
- ✓ semnarea contractului de garanţie;
- ✓ primirea extrasului de cont de la bancă(pentru clienţii care au optat pentru un contract cu plata în rate);
- ✓ actualizarea bazei de date;

II.2.3.Diagrama de context



Departamentul Juridic
Departamenteul Marketing
Contracte-avizate
Verificare-contracte
Pliante-brosuri-etc
0
Sistemul Clienti
Conducere
Raport-de-vanzari
Raport-gestiune-zilnica
Raport-de-gestiune-periodica
Raport-rate-clienti
Proces-verbal
Schita
Oferta
Aviz-insotire-a-marfii
Productie
Borderou-de-vanzare-incasare
Extras-de-cont
Chitanta
Contract
Lista-contracte-clienti
Extras-de-cont
Contract-de-garantie
Factura-fiscala
Informatic
Financiar-Contabil

III.Descrierea sistemului informaţional al clienţilor

În cadrul sistemului clienţilor au fost identificate un număr de patru module fiecare cu operaţiile aferente.Ele sunt structurate astfel:

1.Prezentare ofertă:
- realizare măsurători;
- realizare schiţă;
- prezentare ofertă de preţ.

2.Achiziţia bunurilor:
- semnare contract;
- semnare proces-verbal;
- relizarea plăţii.

3.Rate:
- primire extras de cont;
- realizarea fişei de cont.

4.Rapoarte:
- raport de vânzări;
- raport situaţie rate clienţi;
- liste contracte clienţi.

III.1.Descrierea intrărilor

III.1.1.Prezentare ofertă

Pentru o imagine cât mai bună asupra intrărilor de documente în sistemul clienţilor,va fi analizată fiecare operaţiune în parte.Aşadar,în cadrul primului modul apar următoarele documente:fişă de masurători,schiţa proiectului şi oferta de preţ.Toate documentele sunt de intrare în sistem.

Fişa de masurări nu este un document cu o structură foarte bine definită.Este completat de către cel însărcinat de departamentul de producţie să realizeze msurările.

Fişa conţine:denumirea produsului(geam,uşă),lungimea şi laţimea,forma geometrică a produsului,eventuale observaţii.

Pe baza datelor înscrise se realizează schiţa produsului care este predată clientului odată cu finalizarea lucrării.Aşadar,documentul este de intrare ,pe de o parte în sistemul de producţie şi,pe de altă parte în cel al clienţilor.

Schiţa este realizată pe baza *datelor* înscrise în fişa de măsurări.Ea cuprinde figura geometrica a produsului comandat urmată de scrierea pe margini a dimensiunilor acestuia.Aceste dimensiuni sunt exprimate in centimetri.

Exista doua situatii cand se intocmeste acest document:

- realizata pe baza masurarilor efectuate de catre client;
- realizata pe baza masurarilor efectuate de firma.

Oferta de preţ *preia datele*,la fel ca şi schiţa,din fişa de măsurări.Oferta de preţ cuprinde următoarele câmpuri:

- un antet în care sunt înscrise denumirea firmei împreună cu sigla(o fereastră pe care este scris sloganul "Ferestre pentru o viaţă") şi adresa ;
- un alt antet în care sunt înscrise numele şi adresa clientului;
- un chenar în care este scris numărul documentului(sistemul de numerotare este unul adoptat în interiorul firmei);
- schiţa fiecărui produs comandat în parte,în care sunt trecute dimensiunile,descrierea componentelor(ex:ramă geam,culoare tipul geamului) şi eventualelor observaţii;
- cantitatea din produsul solicitat;
- preţ EUR .Preţul se calculează astfel:

  aria produsului*costul metrului pătrat(EURO)=preţ în euro
- Total EUR:

  preţ în euro*cantitate produs=total EUR;
- Planşă insecte –rulou:

  Aria(pentru care se calculează)*cantitatea=x
- Planşă insecte fixă:

  Aria(pentru care se calculează)*cantitatea=y
- Montaj accesorii tâmplărie;
- Total tâmplărie:

  Se adună de pe coloana total EUR valorile pentru fiecare produs;
- Total montaj tămplărie:nu se completează nimic deoarece este gratuită;
- Total montaj accesorii:

  Se adună de pe coloana Planşă insecte –rulou şi Planşă insecte fixă valorile pentru fiecare produs (x+y);
- Total accesorii:se completează în cazul în care pentru montarea geamului mai este nevoie şi de alte accesorii care nu sunt incluse în preţul produsului;

- Total calculaţie,se adună următoarele coloane:

Total tâmplărie+ Total montaj tămplărie+ Total montaj accesorii+ Total accesorii.

- Total de plată :

Total calculaţie*cota TVA
sau
aria produsului*costul metrului pătrat(EURO)=preţ în euro
preţ în euro* cota TVA(19%)=preţ în euro cu TVA
preţ în eouro cu TVA *cursul eoro=preţ final;

- Caracteristici tehnice;

III.1.2.Achiziţia bunurilor

În cadrul acestui modul apar următoarele documente:

- Contract de furnizare;
- Contract de garanţie;
- Proces-verbal;
- Factura fiscală;
- Chitanţa ;
- Aviz de însoţire a mărfii.

Contractul de furnizare este un document de ieşire.În structura sa sunt întâlnite următoarele câmpuri:

- Antet cu sigla şi sloganul firmei;
- Antet în care se scrie următoarele date cu privire la comandă:data când a fost preluată,data când a fost lansată în producţie,data când a fost terminată comanda,data livrării,data semnării procesului verbal;
- Numărul şi data contractului;
- Părţile contractante în care se specifică adresa completă şi datele personale;
- Obiectul contractului unde este trecut "realizare tâmplărie din aluminiu";
- Termenul de livrare;
- Preţul produselor;
- Modalităţi şi condiţii de plată.În cazul în care clientul optează pentru un avans, valoarea acestuia este trecut în contract;

- Ambalare şi transport;
- Montarea tâmplăriei;
- Garanţii ,perioada stipulată este de 10 ani;
- Alte clauze.
- Semnătura furnizorului si a beneficiarului;

Datele de intrare sunt din mai multe locuri.Astfel:pentru completarea datelor clientului se foloseşte cartea de identitate,pentru preţul produselor se foloseşte oferta de preţ,câmpul "total de plată".

Contractul de garanţie este un document de intrare în sistemul clienţilor.El se redactează în două exemplare de către departamentul financiar-contabil,unul pentru unitate iar celălalt pentru client.Acesta cuprinde următoarele câmpuri:

- Numărul contractului şi data la care a fost încheiat;
- Denumirea produsului pentru care se încheie contractul;
- Adresa unităţii care emite contractul de garanţie(RomEst Gealan);
- Semnatura şi ştampila părţilor contractante;
- Observaţii;
- Adresa unităţii care se asigură cu întreţinerea şi reparaţiile în perioada de garanţie;
- Tabel cu reparaţiile efectuate în perioada de garanţie.Acest tabel este alcătuit din următoarele câmpuri:

- ✓ *Numărul criteriu;*
- ✓ *Data reclamaţiei defecţiunii;*
- ✓ *Data constatării defecţiunilor;*
- ✓ *Ştampila unitaţii;*
- ✓ *Data programării executării reparaţiei;*
- ✓ *Data terminării reparaţiei;*
- ✓ *Motivul amânării reparaţiei*;
- ✓ *Reparaţii efecuate*;
- ✓ *Efectul reparaţiei în bune condiţii*-ştampila şi semnătura unităţii;
  -semnătura consumatorului;

- Instrucţiuni de întrţinere şi utulizare;
- Condiţii de garanţie;

Documentul preia *date de intrare* de pe oferta de preţ cu privire la denumirea produsului şi client.

Procesul verbal este redactat în două exemplare,unul pentru client,iar celălalt pentru unitate.Se arhivează la departamentul financiar-contabil.Cuprinde următoarele câmpuri:

- Data încheierii;

- Părţile semnatare.Pentru unitate,documentul este semnat de către persoana care s-a ocupat de montaj;
- Numărul şi data când a fost semnat contractul;
- Semnătura şi ştampila parţilor.În cazul persoanelor fizice,documentul doar este semnat.

Datele de intrare sunt preluate din contractul de furnizare.

Factura fiscală este întocmită în două exemplare de către departamentul financiar-contabil,unde şi este arhivat. Acest document poate fi structurat pe mai multe zone]n care sunt]nscrise datele astfel:date despre firmă,despre client,despre persoana delegată cu expediţia produselor,descrierea şi valoarea acestora.Pentru firma,sunt înscrise următoarele câmpuri:

- Furnizor,unde este trecut numele furnizorului;
- Nr de înmatriculare în Registrul comerţului/anul;
- Codul fiscal;
- Sediul , judeţul;
- Contul ,banca ;
- Capitalul social;
- Cota TVA-este trecută valoarea cotei pentru tipul de produse facturate,19%în acest caz;

Pentru client apar următoarele câmpuri:

- Cumpărător-unde se specifică atât denumirea cât şi forma juridică(persoană fizică sau juridică);
- Codul fiscal-se competează numai pentru persoanele juridice;
- Sediul,judeţul;
- Contul,banca-pentru persoanele juridice este obligatoriu dar este completat şi pentru persoanele fizice care doresc să opteze pentru plata prin cont.

Pentru delegat apar următoarele câmpuri:

- Numele delegatului;
- Seri şi număr de buletin/carte de identitate;
- Mijloc de transport împreună cu numărul acestuia;
- Data,ora şi semnătura la care a avut loc expedierea.

Pentru produse apar câmpurile:

- Nr.crt.;
- Denumirea produselorsau a serviciilor;
- U.M.-reprezintă unitatea de măsură a produselor(pentru firmă în cauză-bucăţi.Prescurtarea este „buc”);
- Cantitatea-se scrie câte bucăţi din produs a solicitat clientul;
- Preţul unitar-este trecuta valoarea produselor(calculată în lei) fāra cota de TVA;

- Valoare-se calculează înmulţind următoarele coloane:
  cantitate *preţ unitar
- Valoare TVA-poate fi calculată astfel:
  (cantitate *preţ unitar)*cota TVA(19%) sau
  coloana "valoare"*cota TVA
- Total,din care accize-acest câmp este calculat, separat ,pentru coloana"valoare" şi " valoare TVA".Pentru ambele coloane se însumează,separat,toate liniile înscrise în factură,corespunzătoare fiecărui produs în parte;
- Total de plată-se calculează dupa următoarea formulă:
  Totalul de pe coloana "valoare"+totalul de pe coloana "valoare TVA";

Pe factură mai sunt prezentate următoarele câmpuri:

- Seria şi numarul-facturile sunt înseriate,atât numărul cât şi seria fiind unicate;
- Nr.facturii;
- Data(ziua,luna,anul)-când a fost emisă;
- Nr.avizului de însoţire a marfii-se scrie seria şi numărul acestuia;
- Semnătura şi ştampila furnizorului;
- Semnătura de primire.

Datele de intrare pentru acest document sunt preluate din mai multe medii de stocare.Astfel,datele despre furnizor sunt preluate din contractul de furnizare,cele despre client,din oferta de preţ,cele despre delegat,din actul acestuia de identitate,cele despre produs,din oferta de preţ,iar cele despre aviz,din avizul de însoţire a mărfii.

Avizul de însoţire a mărfii este asemănător cu factura fiscală,cu excepţia unor câmpuri care nu apar.Acestea sunt:

- Nr.avizului de însoţire a mărfii;
- Valoare TVA.

În rest,toate celelalte câmpuri au structura şi denumirea identică.Este întocmit în două exemplare:unul pentru client,iar celălalt pentru unitate.Acesta din urmă se arhivează la departamentul financiar-contabil împreună cu factura fiscală.

Chitanţa este redactată în două exemplare .Unul din ele este inmanat clientului iar celalalt ramane la firma fiind arhivat la departamentul financiar contabil.Aceasta cuprinde următoarele câmpuri:

- Unitatea;
- Codul fiscal;
- Nr.de înmatriculare în Registrul comerţului/anul;
- Sediul şi judeţul;

- Seria şi numărul-nu trebuie completate deoarece acestea înseriate;
- Numărul,data şi anul-se completează în momentul emiterii;
- Numele ,adresa plătitorului;
- Suma plătită-se scrie atât în cifre cât şi în litere.

Datele de intrare sunt preluate din contractul de furnizare(pentru antetul firmei),din oferta de preţ(pentru suma de plată si adresa plătitorului).

III.1.3.Rate

În cadrul acestui modul apar documente cu privire la acei clienţi care au optat pentru achiziţia produselor cu plata în rate.Documentul de intrare în sistem îl reprezintă extrasul de cont.

Extrasul de cont este primit de către firmă de la banca la care a fost dechis contul. Datele sunt prelucrate în fiecare luna,pe baza lor realizându-se fişa de cont a clientului.Sunt preluate date cu privire la numele acestuia,numarul ratei,valoarea acesteia,data realizării plăţii .

III.2.Descrierea prelucrărilor

Proces	Operaţiuni de prelucrare	Intrări în proces	Ieşiri din proces	Locuri de stocare	Descrierea logicii proceselor	Formule relatii de calcul
Primire comanda	-Luarea de măsuri cu privire la produsul comandat; -generare ofertă de preţ	-Fişa de măsurări; -oferta de preţ;	-prin prelucrare sunt calculate dimensiunile produsului(latime,lungime,etc); acestea sunt folosite ca intrare în alte documente; -preţurile calculate în funcţie de comenzile primite;	Preţ ofertă;	-introducere lungime,lăţime,etc; -prezentarea schemei produsului împreună cu dimensiunile aferente;	Lungim =aria -vezi de docume
Realizarea plăţii	-încasare valoare produse; -încasare rată;	-factura fiscală,chitanţa; -extrasul de cont	-borderoul de vânzări; -fişa de cont	Plăţi	-preluare de date ; -preluare de date;	-vezi de docume ------
Livrare produs	-semnare de primire;	-procesul verbal(date prelucrate din		livrare	-scriere date;	-nu exis

		ofertă); -aviz de însoţire a mărfii			-scriere date;	-vezi de docume
Finalizare comandă	-semnarea contractelor;	-contract de furnizare; -contract de garanţie;	-liste contracte;	- arhiva - arhiva	-introducerea de date cu privire la părţile contractante şi produsul oferi	-nu exis

III.3.Descrierea ieşirilor

Fişa de cont este un document de ieşire din sistemul clienţilor,obţinut prin culegerea datelor din mai multe medii de stocare.*Datele de intrare* provin de pe următoarele documente:oferta de preţ,extrasul de cont,contractul de furnizare,factura fiscală,chitanţă.

Documentul prezintă următoarele câmpuri:

- Nume client(cod);
- Adresa;
- Codfiscal (se completează doar pentru persoanele juridice);
- Nr.crt;
- Operaţiunea-în cazul de faţă se trece "plată rată";
- Sold iniţial;
- Documentul justificativ-se mai precizează numărul şi felul acestuia(în cazul de faţă-extrasul de cont);
- Data emiterii(se completează in funcţie de scadenţa ratelor);
- Valoare-se trece valoarea ratei fără dobânda percepută de bancă ;
- Data încasării;
- Sold final-se calculează după formula:

  Sold final-valoare.

Borderoul de vânzări este un document de ieţire din sistem.Se întocmeşte la departamentul financiar contabil folosind ca *date de intrare* factura fiscală sau chitanţa cu care s-au plătit produsele.Se întocmeşte doar în zilele în care produsele sunt achiziţionate cu plata cash.

Documentul conţine următoarele câmpuri:

- Ziua şi anul ;
- Nr.crt;
- Documentul-pentru acesta există trei subcâmpuri:data,numărul şi denumirea documentului;
- Explicaţii-în cazul de faţă se completează "vânzare produse";
- Vânzări-la rândul lui cuprinde alte trei subcâmpuri:total(valoarea produselor cu TVA),neimpozabile(se completeaza doar dacă produsele facturate sunt scutite de plata TVA-ului),şi TVA.Ultimul subcâmp cuprinde altele doua:baza de impozitare(se scrie cota TVA-ului) şi valoare TVA.

Valoare TVA se calculează după următoarea formulă:

Total / 1,19

Liste clienţi este un document de ieşire din sistem către departamentul informatic unde se şi arhivează.Acest document stă in baza de date pe o perioadă de cel puţin 10 ani(perioada oferită de firma pentru garanţia produselor).

Preia *datele* de pe contracul de furnizare,contractul de garanţie şi factură sau chitanţă.Acest document este structurat astfel:

- Cod client-fiecărui client i se atribuie câte un cod care este unic.În acest fel un contract poate fi localizat mult mai uşor în baza de date;
- Nume client;
- Valoare contract;
- Număr contract;

Raport de vânzări –este redactat la o perioadă de 6 luni.Preia *date* de pe aproape toate documentele,scopul final al acestuia fiind acela de areflecta evoluţia cât mai clară a beneficiilor obţinute.